

На правах рукописи

ШАРАФУТДИНОВА Танзиля Равильевна

**ИЗБИРАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС В РОССИИ 90-Х ГОДОВ XX ВЕКА:
МЕТОДОЛОГИЯ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ
НА ЭЛЕКТОРАТ**

Специальность 23.00.01 – Теория политики, история и методология политической
науки (по историческим наукам)

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата исторических наук

Казань – 2006

Работа выполнена на кафедре истории и связей с общественностью Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Казанский государственный технический университет им. А.Н.Туполева»

Научный руководитель:

доктор исторических наук, профессор
Сабирова Дания Киямовна

Официальные оппоненты:

доктор политических наук, профессор
Идиатуллина Клара Салиховна

кандидат исторических наук, доцент
Беляков Роман Юрьевич

Ведущая организация

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Казанский государственный энергетический университет»

Защита состоится «___» _____ 2006 г. в ___ часов на заседании диссертационного совета Д.212.081.17 по присуждению ученой степени доктора исторических наук при Государственном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Казанский государственный университет им. В.И.Ульянова-Ленина» по адресу: 420008, г. Казань, ул. Кремлевская, 18, корпус 2, ауд. _____

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке им. Н.И.Лобачевского Казанского государственного университета.

Автореферат разослан «___» _____ 2006 г.

Ученый секретарь диссертационного совета
кандидат исторических наук

А.Г.Циунчук

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность проблемы. Современная политическая история – следствие эволюции самого общества, когда сталкиваются объективные интересы различных социальных групп и слоев, различное понимание проблем, путей и способов их решения. Идеино-политические процессы, развернувшиеся в России на рубеже 80-90-х годов XX века, уже сегодня становятся вехами новейшей истории страны. Трансформация коснулась всех сторон жизнедеятельности общества, в том числе и в особенности сферы массовых коммуникаций в политической жизни.

Конец XX века ознаменовался внедрением и развитием новых методов влияния на сознание электората. Среди них решающая роль принадлежит информационным технологиям. Понятие «информационные технологии», укорененное в технической сфере, совершило трансфер в иные области жизнедеятельности, включая сферу политического, существующего в двух ипостасях: «Одна – это система политических институтов, и другая – политическое сознание, политическая культура людей... Она – не что иное, как просто другая форма существования политической системы. Это – *«субъективное бытие политической системы»*, то есть – это та же политическая система, только существующая в головах людей, – в виде жизненных и нравственных установок, политических представителей, чаяний, надежд, ожиданий».¹

В настоящее время активное применение понятий «политическая коммуникация», «информационно-пропагандистская деятельность», «информационные средства», «информационные методы» и их дериватов выявляет как раз общественно-политическую составляющую информационных технологий, присутствующих в субъективных образах политической действительности. Эти образы, расположенные в регистре теоретического познания, образуют комплекс научных знаний об истории и о теории политики.

Современная социально-политическая наука и социологически/политологически информированная историография исходят из того, что информационные технологии стали полноценным, вполне самостоятельным и в высшей степени мощным фактором политического процесса, и неспроста: посредством СМИ и IT-методы «напрямую формируют общественное мнение и вкусы; по крайней мере, подчеркивая важность одних проблем и умаляя значение

¹ Водозазов Г.Г. Идеалы и идолы. Мораль и политика: история, теория, личные судьбы. – М., 2006. – С.32.

других, они тем самым так воздействуют на восприятие проблематики, что людям остается лишь выбрать то или иное решение из двух-трех возможных и именно с этим решением направиться к избирательным урнам».²

Предметом особого внимания современных теорий политики являются существующие в социуме отношения неравенства в сфере полноценного доступа к основному потоку печати и вещания, поскольку манипулятивный потенциал информационных технологий, средств массовой коммуникации в целом ограничивают функционирование политической демократии как одной из главных ценностей современного мира. В этой связи осмысливается взаимосвязь информированного знания как условия обретения гражданами должной компетентности в вопросах общественного устройства и характера данного политического режима, с одной стороны, и свобода выражения, без которой «граждане очень скоро лишаются способности влиять на программу и очередность правительственных решений. Безмолвные граждане – это идеальные подданные для авторитарного правителя и несчастье для демократии»³.

Собственно, неоднозначная роль информационных технологий в «открытом обществе» выступает одной из основных исследовательских площадок в дискурсах теорий среднего уровня, нацеленных на истолкование новой роли СМИ и массовых коммуникаций в политических процессах (плюралистическая модель, модель господствующей идеологии, рыночная модель, модель ценностей элиты и др.).

С другой стороны, в современном историческом познании, которое характеризует активное взаимодействие различных исследовательских программ, – в русле «новой социальной истории», «культурно-интеллектуальной истории», «нового историзма», «психоистории» – исследуются на материалах тех или иных периодов, включая «историю современности», воздействие коммуникативных субстанций на общественное сознание, а равно – реакции на информационные трансгрессии со стороны господствующих ментальных форм, «коллективного бессознательного».⁴

² Хейвуд, Э. Политология / Э.Хейвуд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – С.256.

³ Даль, Р. О демократии / Р.Даль. – М., 2000. – С.96.

⁴ См.: Одиссей. Человек в истории. 1992. – М., 1994; Одиссей. 1996. – М., 1996; Казус: индивидуальное и уникальное в истории. 1999. Вып.2. – М., 1999; Методологические и историографические вопросы исторической науки. Вып.25. Сб.ст. – Томск, 1999; Историческая наука и историческое сознание.. – Томск, 2000; Историк в поиске. Микро- и макроподходы к изучению прошлого. Докл. и выступл. на конф. 5-6 окт. 1998. – Москва. М., 1999; Историк на пути к открытому обществу. Мат. Всеросс. научн. конф. – Омск, 2002; Мир историка. XX век. – М., 2002; Историки в поиске новых смыслов: Сб. научн. ст. и сообщ. участников Всеросс. научн. конф. Казань, 7-9 окт. 2003. – Казань, 2003; Преподавание социально-гуманитарных дисциплин в вузах России. Аналитический доклад. – М., 2003; Диалог со временем. Альманах интеллектуальной истории.12. – М., 2004; Образование и культура постмодерна: Сборник

Особые возможности для политико-исторического анализа и его теоретического саморазвития представляют переходные эпохи, в которые «обнажаются» механизмы социальных взаимодействий, в «обычное время» скрытые в системах опосредующих факторов и обстоятельств.

Изучение российского «транзита» конца XX столетия, взятого с точки зрения использования информационных технологий в избирательных процессах как части политической жизни социального подвижного общества, позволяет говорить о повышенных возможностях, которые открывает разработка этой темы для развития современной политической теории и обогащения методологического инструментария исторического познания.

Сверх того, эта проблема имеет очевидное праксеологическое измерение, позволяя рассчитывать на заполучение исследовательских результатов, бросающих дополнительный ответ на характер и содержание как политического развития 90-х годов XX века, так и вырастающих из него проблем и взаимосвязей. Включая те, что исследователи стремятся описать посредством ряда понятий, таких как «информационно-манипулятивный тоталитаризм», «информационное насилие»⁵ и т.п.

Хронологические рамки исследования охватывают 1991-1999 годы, которые представляют собой период общественной трансформации, характеризуются крайне противоречивыми социально-политическими, экономическими и культурными процессами. Рассматриваемый период – это отдельный этап в истории общественно-политического воздействия в российской политике. Его нижняя граница связана с началом 90-х годов – временем обретения Россией новой государственности. Верхняя граница определена концом девяностых, когда информационное воздействие власти на общественное сознание в избирательных процессах обрело устойчивые формы и инвенции.

Объектом исследования является избирательный процесс в России в период социополитических трансформаций конца XX – XXI столетий, **предметом** – информационные технологии, которые были мобилизованы для общественно-политического воздействия в ходе избирательных компаний 90-х годов XX века.

статей. — Казань: Казанский университет, 2005; Историческое знание: теоретические основания и коммуникативные практики. Материалы научной конференции. — М., 2005; Новый образ исторической науки в век глобализации и информатизации. Сборник статей / Под ред. Л.П.Репиной. — М., 2005 и др.

⁵ Авченко, В. Теория и практика политических манипуляций в современной России [Электронный ресурс] / В.Авченко. 2001. — Режим доступа: <http://www.psyfactor.org/polman.htm>, свободный. — Проверено 31.10.2006.

Цель данного исследования – выявить общие тенденции развития информационных технологий, которые использовались в российской политике 90-х годов XX века. В соответствии с поставленной целью в работе выдвинуты следующие **задачи**:

- рассмотреть теоретические основы общественно-политического воздействия;
- выделить элементы информационных технологий;
- изучить и систематизировать факторы, что способствовали эволюции информационных технологий в политике 90-х годов;
- выявить особенности информационных технологий, применявшихся на федеральных выборах в первой половине 90-х годов;
- проанализировать методы политической коммуникации, использовавшиеся в кампаниях по выборам во второй половине 90-х годов.

Научное состояние разработки темы. В связи с тем, что заявленная проблема исследуется с позиций полипарадигмальности, подлежащая обзору историко-научная традиция весьма разнообразна, и в частности, может быть представлена как совокупность ряда исследовательских комплексов.

К основной группе можно отнести работы, посвященные различным сторонам проблемы информационного воздействия в избирательном процессе. В данном комплексе выделены исследования, касающиеся феномена информационных технологий, а также работы, авторы которых анализируют процессы использования технологий воздействия в политическом процессе.

В свою очередь, в зависимости от различных сфер функционирования информации, литературу, входящую в основную группу, можно условно подразделить на подгруппы:

- 1) работы о коммуникативных технологиях как факторах воздействия на массовое сознание с кратковременными и долговременными целями.⁶ В русле этой

⁶ Поцепцов, Г.Г. Паблик рилейнз для профессионалов / Г.Г.Почепцов. – М., 2002.; Борисов, Б.Л. Технологии рекламы и PR / Б.Л.Борисов. – М., 2001; Марков, С. PR в России больше чем PR. Технологии и версии / С.Марков. – М.: ООО «Издательство АСТ»; ООО «Издательство «Астрель», 2001.; Максимов, А.А. Чистые и грязные технологии выборов (российский опыт) / А.А.Максимов. – М.: Мордоделы & Imagemakers, 1999.; Володенков, С.В. Информационно-психологический войны и массовое сознание. [Электронный ресурс] / С.В.Володенков. 2000. – Режим доступа: <http://pr.philos.msu.ru/volod2.html>, свободный. – Проверено 31.10.2006; Грачев, Г.В. Информационные технологии политической борьбы в российских условиях. [Электронный ресурс] / Г.В.Грачев. 2000. – Режим доступа: <http://www.kiev-security.org.ua/box/4/132.shtml>, свободный. – Проверено 31.10.2006; Кошелюк, М.Е. Технологии политических выборов. – 2-е изд., перераб. и доп. / М.Е.Кошелюк. – СПб.: Питер, 2004.; Лисовский, С.Ф., Евстафьев, В.А. Избирательные технологии: история, теория, практика / С.Ф.Лисовский, В.А.Евстафьев. – М.: РАУ-Университет, 2000. и др.

проблематики Г.Г.Почепцов различает два понятия – «информационная технология» и «психологическая технология», выделяя различные объекты воздействий и их результаты. Так, информационные и компьютерные системы являются объектом воздействия информационной технологии, массовое сознание – психологической.

Поскольку воздействие на массовое сознание происходит в определенном информационном поле, то, возможно, более адекватной будет его характеристика в качестве информационно-психологического.

2) исследования, в которых информационные технологии рассматриваются как формы разрешения конфликта между противостоящими сторонами, имеющего целью достижения и удержания информационного превосходства.⁷

Обращает на себя внимание то обстоятельство, что И.Н.Панарин⁸ связывает возникновение термина «информационная технология» с появлением понятия «информационная война», что особенно наглядно просматривается в подходах китайских специалистов в области информационного противоборства середины годов 80-х.⁹

3) работы, где акцентируется внимание на совокупность специально организованной информации и информационных технологий, позволяющей целенаправленно изменять (уничтожать), копировать, блокировать информацию, преодолевать системы защиты, дезорганизовать работу технических средств для достижения поставленных целей. Зачастую данные действия характеризуют в качестве технической информационной войны.¹⁰

Административный ресурс как технология корректировки избирательного процесса, как специфический способ государственного управления, являющийся разновидностью нарушения конституционного принципа равноправия путем

⁷ Волковский, Н.Л. История информационных войн. В 2 ч. Ч.2/ Н.Л. Волковский. – СПб.: ООО «Издательство «Полигон», 2003; Волкогонов, Д.А. Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания. – 2-е изд., доп. / Д.А.Волкогонов. – М.: Воениздат, 1984; Панарин, И.Н. Технологии информационной войны / И.Н.Панарин. – М.: КСП+, 2003; Информационная политика. / Под общ. ред. В.Д.Попова. – М.: Изд-во РАГС, 2003 и др.

⁸ Панарин, И.Н. Информационные войны: теория и практика / И.Н.Панарин // Кадровая политика. – 2002. – №2. – С.7.

⁹ Сунь-цзы. Трактат о военном искусстве / Пер. с древнекитайского. – М., 1955. – С.89.

¹⁰ Кот, В. Поле борьбы – информационное пространство / В.Кот // Военный парад. – 1997. – №6.; Расторгуев, С.П. Философия информационной войны / С.П.Расторгуев. – М.: Московский психолого-социальный институт, 2003; Завадский, И.И. Информационная война – что это такое? [Электронный ресурс] / И.И.Завадский. 1998. – Режим доступа: <http://www.infointel.ru/article.php?what=article&id=483>, свободный. – Проверено 31.10.2006; Черешкин, Д.С., Смолян, Г.Л., Цыгичко, В.Н. Реалии информационной войны / Д.С.Черешкин, Г.Л. Смолян, В.Н.Цыгичко // Защита информации. «Конфидент». – 1996. – №4; Манойло, А.В., Петренко, А.И., Фролов, Д.Б. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны / А.В.Манойло, А.И.Петренко, Д.Б.Фролов. – М. – Горячая линия – Телеком, 2003 и др.

предоставления не предусмотренных законом преимуществ для одних субъектов и/или ограничений для других, рассматривается в работах М.Б.Горного, О.В.Лысенко, И.Алксниса, О.Молчановой, А.Е.Чуклинов и др.¹¹

Административный ресурс предоставляет значительные возможности для влияния на ход избирательного процесса, что отражается в различных манипуляциях государственной власти, в том числе и создании «партии власти». Феномену «партия власти» посвящены работы С.Маркедонова, Г.Голосова, А.Лихтенштейна, Д.Коцюбинского, С.Хенкина и др.¹²

4) в отдельную группу можно выделить работы публицистического характера, в которых авторы не ставят своей целью обеспечить строгую научную логику в своих построениях, скорее, выступают как участники информационно-политических воздействий, ангажируя свои рассуждения теми или иными идеологическими предпочтениями.

Однако следует отметить, что в вышеназванных исследованиях отсутствует сколь-нибудь внятное определение процесса информационного воздействия в политическом процессе. В связи с этим позволим себе определить информационные технологии в предвыборных кампаниях как совокупность способов, приемов, средств и методов воздействия на массовое сознание, использующая особенности механизмов восприятия, изменения мнений и иные социально-психологические механизмы.

Информационные технологии рассматриваются нами именно как инструмент воздействия, которое осуществляется через каналы коммуникации. Они, в свою

¹¹ Публичная политика как инструмент против коррупции в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://snpi.org.ru/index.php?do=biblio&doc=465>, свободный. – Проверено 31.10.2006; Лысенко, О.В. Игрок в политическом поле [Электронный ресурс] / О.В.Лысенко. 2003. – Режим доступа: <http://elis.pstu.ac.ru/lysenk.htm>, свободный. – Проверено 31.10.2006; Алкснис, И. Незаконный ресурс власти [Электронный ресурс] / И.Алкснис. 2006. – Режим доступа: <http://www.novopol.ru/center.html>, свободный. – Проверено 31.10.2006; Молчанова, О. В чем сила, брат? В админресурсе ... [Электронный ресурс] / О.Молчанова. 2006. – Режим доступа: <http://www.viche.org.ua/3206>, свободный. – Проверено 31.10.2006; Чуклинов, А.Е. Административный ресурс как специфическая форма политической коррупции [Электронный ресурс] / А.Е.Чуклинов. 2003. – Режим доступа: <http://sartraccc.sgap.ru/Explore/chuklinov>, свободный. – Проверено 31.10.2006 и др.

¹² Маркедонов, С. От объединения реформаторов к авангарду контрреформ [Электронный ресурс] / С.Маркедонов. 2006. – Режим доступа: http://dialogs.org.ua/print.php?part=project_ua&m_id=5831, свободный. – Проверено 31.10.2006; Голосов, Г.В., Лихтенштейн А.В. «Партия власти» и российский институциональный дизайн: теоретический анализ / Г.В.Голосов, А.В.Лихтенштейн // Политические исследования. – 2001. – N 1; Коцюбинский, Д. Политическая карусель – 2003. Партия вкусной и здоровой пищи [Электронный ресурс] / Д.Коцюбинский. 2004. – Режим доступа: <http://www.idelo.ru/296/19.html>, свободный. – Проверено 31.10.2006; Хенкин, С. «Партия власти»: российский вариант / С.Хенкин // Pro et Contra. – 1996. – Т.1. – N 1 и др.

В данном диссертационном исследовании под партией власти мы понимаем квазипартию, совокупность группирующихся вокруг главы государства институтов, структур и объединений, проводящих официальный курс, а также участвующих в определении целей и стратегии развития страны.

очередь, зависят от такого явления, как «административный ресурс» государственной власти и его специфического продукта – «партии власти».

Ко второй группе работ нами отнесены исследования, посвященные анализу экономической и социально-политической ситуации в России в 90-х годах XX века. В этих работах рассматривается процесс трансформации российского общества в постсоветский период.¹³ Исследование «переходного периода» важно для определения вектора развития информационных технологий в политике.

Третья группа исследований объединяет работы, посвященные психологическим аспектам создания имиджа методами политического PR (работы Е.Богданова, Е.В.Зазыкиной, А.М.Цуладзе, Г.Г.Почепцова, В.М.Шепеля, Е.В.Егоровой-Гантман и др.).¹⁴ На основе этих исследований становится возможным создание теоретической модели имиджа политической партии.

Четвертая группа работ посвящена изучению возможностей использования среды Интернет в предвыборных кампаниях (А.Бережков, М.А.Вус, М.Либики и др.¹⁵).

В пятую группу работ включены аналитические статьи, опубликованные в периодических изданиях исследуемого периода, поэтому они одновременно могут рассматриваться и в качестве источника данной диссертации. Данные исследования играли свою роль в формировании политических воззрений и ориентации населения.

¹³ Кара-Мурза, С.Г. Советская цивилизация. От Великой Победы до наших дней / С.Г.Кара-Мурза. – М.: Эксмо, 2004. – 767 с.; Итоги двадцатилетия реформ (сборник статей по материалам конференции) / Под ред. К.Г. Холодковского – М., 2006; Первый электоральный цикл в России (1993-1999) / под ред. В.Я. Гельмана, Г.В. Голосова, Е.Ю. Мелешкиной. – М., 2000; Гельман, В.Я. Избирательные кампании в России: испытание электоральной формулы / В.Я.Гельман // Политические исследования. – 1996. – № 2; Гринберг, Р.С. Практические вопросы социально-экономической политики / Р.С.Гринберг // Развитие информационного общества в России: программа действий. – М., 2004; Сорокин, Д.Е. Императивы Российской экономической политики / Д.Е.Сорокин // Материалы конференции деловых кругов «Экономический прорыв России». – М., 2006; Согрин, В.В. Политическая история современной России. 1985-2001: от Горбачева до Путина. / Серия «Высшее образование» / В.В.Согрин. – М.: Изд-во «Весь Мир», 2001; Эпоха Ельцина. Очерки политической истории / Авт. колл.: Ю.М.Батулин, М.А.Краснов, Л.Г.Пихоя и др. – М.: Вагриус, 2001; Демидов, В.А. Россия: политика и политики. 1985-2000 гг. / В.А.Демидов. – Новосибирск: СибУПК, 2000 и др.;

¹⁴ Психологические основы «Паблик рилейшнз». 2-е изд. / Е.Богданов, В.Зазыкин. – СПб, 2003; Зазыкина, Е.В. Политический PR: символы / Е.В.Зазыкина. – М., 2003; Цуладзе, А.М. Политическая мифология /А.М.Цуладзе. – М., 2003; Почепцов, Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г.Г.Почепцов. – М., 2002; Шепель, В.М. Имиджология: секреты личного обаяния / В.М.Шепель. – М., 2005; Как делать имидж политика / Под ред. Е.В.Егоровой-Гантман, И.Е.Минтусова. – М., 2000; Шашлов М.Н. Политический имидж как актуальный предмет исследования / М.Н.Шашлов // Актуальные проблемы политологии: Сборник научных работ студентов и аспирантов Российского университета дружбы народов. – М., 2001. Феофанов, О.А. Реклама: новые технологии в России / О.А.Феофанов. – СПб., 2003; Лебедева, Т.Ю. Искусство обольщения: Паблик рилейшнз по-французски. Концепции. Практика / Отв. ред. Я.Н. Засурский. – М., 1996 и др.

¹⁵ Бережков, А. Использование сети Интернет в предвыборной кампании в США / А.Бережков // Компас. – 1999. – № 45-46; Информационное общество: Информационные войны. Информационное управление. Информационная безопасность / Под ред. М.А.Вуса. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета, 1999; Либики, М. Что такое информационная война / М.Либики // Gazeta.ru. – 1999. – 6 августа и др.

Проблемы методологии идейно-политических воздействий посредством информационных технологий, в основном, представлены в западной социологической и политологической традиции (Пай, Л.С.Санистебан, Г.Лассуэлл, Л.Фрейзер и др.).¹⁶

В целом можно сказать, что отдельные стороны и аспекты проблемы общественно-политического воздействия на электорат в избирательных программах в России переходного периода, роли информационных технологий в этих процессах подняты в различных направлениях социогуманитарных исследований. Вместе с тем актуальной научной задачей остается системное исследование и осмысление этого процесса в русле политико-исторического анализа.

Источниковая база исследования. Источниковая основа диссертации сформирована с расчетом на того, чтобы обеспечить достоверность, обоснованность и объективность обобщений и выводов диссертанта.

В работе использованы ранее не публиковавшиеся материалы, содержащиеся в фонде Татарского республиканского комитета КПСС (ф.15) Центрального государственного архива историко-политической документации Республики Татарстан.¹⁷ Документы исследуемого периода, между тем, отличает разрозненность и неполнота, что объясняется происходящим в начале 90-х годов демонтажем партийно-государственной системы, а это, в свою очередь, неизбежно сказывалось на качестве делового бумагооборота партийных структур.

Другую группу источников составили нормативно-правовые акты (Конституция РФ, Федеральные Законы РФ, Указы Президента РФ, Постановления Правительства РФ и др.),¹⁸ позволяющие составить представление о нормативно-правовой ситуации и общественно-политической конъюнктуре, в каких разворачивалось использование информационных технологий в сфере политического.

В третью группу входят данные социологических опросов, проведенных Всероссийским Центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ), фондом «Общественное мнение», Российским независимым институтом социальных и

¹⁶ Lasswell, H.D. The Theory of Political Propaganda. – In: Public Opinion / H.D.Lasswell. – N-Y., 1953; Doob, L.W. Public Opinion and Propaganda / L.W.Doob. – N-Y., 1956; Fraser, L. Propaganda / L.Fraser. – L., 1957; Sanisteban, L.S. Fundamentals de cencia politica / L.S.Sanisteban. – Lima, 1986; Pye, L. Political Communication // The Blackwell Encyclopedia of Political Institutions. Oxford / L.Pye. – N-Y., 1987; McQuail, D. Mass Communication Theory / D.McQuail. – L., 1996; McNair, B. An Introduction to Political Communication / B.McNair. – L.; N-Y., 1999 и др.

¹⁷ ЦГА ИПД РТ Ф. 15. Оп. 15. Д.2203, 2545.

¹⁸ Конституция Российской Федерации: Федер. Закон Рос. Федерации от 12.12.1993 г., б/н // Российская газета. – 1993. – 25 декабря; Собрание актов Президента и Правительства Российской Федерации. – М.: Администрация Президента Рос. Федерации, 1992-1994; Собрание законодательства Российской Федерации: Ежегод. офиц. изд. Администрации Президента Рос. Федерации. – М. : Юридическая литература, 1994-2004 и др.

национальных проблем.¹⁹ Эти материалы предоставляют возможность выносить суждения о состоянии «социальной атмосферы», уровне политической культуры общества и его различных стран, темпоритмике изменения политических предпочтений населения, других сторонах «динамического сознания».

К четвертой группе относятся материалы периодической печати, которые в данной работе рассматриваются прежде всего в качестве коммуникационных каналов.

Периодика этого периода представляет из себя спектр идейно-политических позиций и ориентаций:

- лево-патриотическая пресса («Правда», «Советская Россия», «Завтра» и др.);
- умеренный либерализм («Независимая газета», «Аргументы и факты» и др.);
- либеральная пресса («Комсомолка», «Известия», «Московский комсомолец» и др.).²⁰

В зависимости от идеологической направленности газеты использовали различные информационные технологии: от откровенной пропаганды до тонких приемов манипулирования.

В качестве особой группы источников следует рассматривать Интернет-сайты политических сил, консалтинговых и PR-агентств, средств массовой информации и т.д.²¹ Выделение Интернета в отдельную группу обосновывается тем, что данная информационная среда является не только новой технологией, позволяющей за короткое время найти нужные данные, провести исследование определенной аудитории и пр., но и новым источником текущих архивов различных организаций, доступ к которым открыт в свободном режиме. В качестве интересующей нас информации следует выделить текущие архивы избирательных комиссий, пресс-служб политических организаций и объединений и т.п.

¹⁹ Осипов Г.В. Социальное мифотворчество и социальная практика. – М., 2000; Россия: риски и опасности переходного общества. – М., 2000; Горшков М.К. Российское общество в условиях трансформации (социологический анализ). – М., 2000; Карноухов В.А. От частных преобразований к смене модели общественного развития. – М., 1996 и др.; также базы данных социологических опросов представлены, в частности, на официальных сайтах: <http://www.wciom.ru> (Всероссийский Центр изучения общественного мнения), <http://www.fom.ru> (Фонд «Общественное мнение»), <http://www.riisnp.ru> (Российский независимый институт социальных и национальных проблем) и др.

²⁰ Терентьева, И.В. Актуальные проблемы политического и информационного обеспечения реформ / И.В.Терентьева // Информационно-методический бюллетень Аппарата Президента Республика Татарстан. – декабрь, 1997. – N 12.

²¹ Сайты средств массовой информации (www.lenta.ru, www.gazeta.ru, www.smi.ru и др.), собственные сайты политических партий (www.ldpr.ru, www.kprf.ru, www.yabloko.ru и др.), сайты кандидатов на выборную должность (www.luzhkov.ru, <http://www.gorby.ru> и др.), сайты консалтинговых и PR-агентств (<http://www.image-contact.ru>, <http://www.ima-consulting.ru>, <http://www.nikkolom.ru> и др.)

Наконец, отдельную группу источников составили стенограммы круглых столов и материалы конференций²², в рамках которых по «горячим следам» оценивались значение, возможности, роль методов общественно-политического воздействия в ходе избирательных кампаний.

Методологическая основа диссертации адаптирована к ее целям и задачам. Прежде всего, автор руководствуется принципами историзма и объективности, ориентирующими на отказ от политизированных и тенденциозных оценок и обобщений. Из методов, являющихся общезначимыми для исторического познания, в работе задействованы сравнительно-исторический (компаративный), ретроспективный, структурно-системный, периодизации. Будучи актуализированы на материале научно-исторического исследования они позволяют обеспечить соответствие содержания исследования процедурам, правилам и требованиям современной исторической науки, а также наук о политике.

Важное место в методологии анализа проблемы, представляющей собой систему наиболее общих принципов, положений и методов, занимает системно-структурный подход. Он предполагает рассмотрение объекта исследования как сложной, меняющейся во времени и пространстве системы во взаимосвязи с другими системами.

В структуре методологических принципов присутствует также описательный метод, позволяющий дать представление или о сложившемся историческом факте, или о процессе как таковом, а также ряд других более частных методов.

Также необходимо отметить диалектический метод в совокупности его принципов системности, конкретности, единства в многообразии, развития. При использовании описанного выше методологического инструментария естественным образом привлекались общелогические операции анализа, сравнения и синтеза.

Научная новизна диссертации. В работе впервые в историографии проведено комплексное исследование и осмысление в регистре историко-политологического

²² Стенограмма круглого стола «Направления демократизации политической системы Республики Татарстан», 28.11.1997 г. // Информационно-методический бюллетень Аппарата Президента Республики Татарстан. – декабрь, 1997; Стенограмма конференции деловых кругов «Экономический прорыв России», 25.09.2006 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.aksnews.ru/m/105116/stenogramma_konferentsii_delovyh_krugov_ekonomicheskij.html, свободный. – Проверено 31.10.2006; Тезисы круглого стола «Общественно-политическая обстановка накануне президентских выборов», 14.05.1996 г. // Информационно-методический бюллетень Аппарата Президента Республики Татарстан. – май, 1996 и пр.

анализа эволюции информационных технологий в российской политике в 1990-е годы XX века.

Теоретическое и практическое значение исследования. В теоретическом смысле значение данного исследования определяется тем, что его выводы и результаты можно использовать при дальнейшем, более углубленном и детальном, анализе использования информационных технологий в российской политике. Практическая значимость диссертации состоит в том, что ее материалы можно использовать в работе государственных органов, при разработке программных документов различных политических партий, в избирательных кампаниях различного уровня, а также включать в курсы истории России, политологии, истории современных политических учений и истории современного политического процесса на гуманитарных специальностях высших учебных заведений.

Апробация диссертационного исследования проведена путем публикаций статей и материалов докладов, выступлений на научно-практических конференциях (Международная научно-практическая конференция «PR, студент, креатив» (г. Санкт-Петербург, 2002 год), I Всероссийская научно-практическая конференция «Связи с общественностью как интегрированное научное знание периода открытого информационного общества» (г. Москва, 2004 год), XLII Международная научная студенческая конференция «Студент и научно-технический прогресс» (г. Новосибирск, 2004 год), II и III Всероссийская научно-практическая конференция «PR-технологии в информационном обществе» (г. Санкт-Петербург, 2004, 2006 годы)). Основные результаты исследования отражены в 11 публикациях автора. Имеется опубликованная статья в журнале «Вестник Казанского государственного технического университета им.А.Н.Туполева», рецензируемом Высшей аттестационной комиссией.

Автор использовал материалы диссертационной работы в учебном процессе (на семинарах, практических занятиях) по курсам «Отечественная история», «Введение в специальность «Связи с общественностью» для студентов Казанского государственного технического университета им. А.Н.Туполева.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и литературы и 11 приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** обосновывается актуальность темы, определяются хронологические рамки исследования, определяются его объект и предмет, характеризуется степень научной разработанности выбранной темы, формулируются цель и задачи исследования, его источниковая база, методологические основы, отмечается научная новизна и практическая значимость работы.

Первая глава «ИНФОРМАЦИОННЫЕ СРЕДСТВА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ» состоит из двух параграфов.

В первом параграфе *«Информационный инструментарий в политическом процессе»* интерпретированы базовые понятия теории общественно-политического воздействия, а именно: «политика», «политическая коммуникация», «информационные технологии», «административный ресурс», «партия власти», как они представлены в сформированном автором исследовательском дискурсе. В параграфе рассмотрена сфера функционирования информации в политике, обобщены классификации информационных технологий с гуманитарной точки зрения.

Информационные технологии в политическом процессе как разновидность методов общественно-политического воздействия нуждаются в определении подходов их изучения, то есть разработке методологии проблемы. В результате повышения значимости языка как средства манипуляции массовым сознанием и складывания научного представления о языке как условии существования культуры представляется целесообразным опираться на дискурсный подход в изучении указанных явлений.

Информационные технологии в политике понимаются как совокупность способов, приемов, средств и методов воздействия на массовое сознание, использующая особенности механизмов восприятия, изменения мнений или отношений к предмету, другие социальные и социально-психические механизмы.

В связи с апориями, возникающими в ходе описания и классификации каждой из применяемых информационных технологий, а также исходя из их определения как совокупной системы, целесообразно выделить группу элементарных единиц информационной технологии, среди которых: дезинформирование, лоббирование, манипулирование, пропаганда, управление кризисами, социальный шантаж.

В любом средстве коммуникации возможно использование, как по отдельности, так и в совокупности, рассмотренных элементов информационной технологии. Существуют определенные особенности, присущие той или иной информационной среде, каналам коммуникации.

В качестве отдельного фактора, позволяющего использовать тот или иной элемент информационной технологии, целесообразно выделить «административный ресурс», под которым в избирательном процессе подразумевается использование политическими силами своего положения или связей с правительственными структурами для влияния на итоги выборов.

Эффективность применения административного ресурса повышается в зависимости от наличия определенных условий. Наиболее откровенным и жестким обычно бывает применение административного ресурса в небольших населенных пунктах и сельской местности, где люди привыкли ориентироваться в своем политическом выборе на «лидеров мнений». Относительно легко задействуется административный ресурс в замкнутых социальных системах, таких, как воинские части, дома престарелых, СИЗО, где сама организация жизни предполагает подавление жизненной позиции и подчинение коллективному началу, царит дух «системоцентризма».

Консолидированность власти и ее четкая иерархическая подчиненность является еще одним условием, повышающим эффективность применения административного ресурса. Дисбаланс системы сдержек и противовесов, слияние и подчиненность всех ветвей и уровней власти одному центру резко усиливает административный ресурс.

Применению административного ресурса способствует также подчиненное и зависимое положение СМИ, их готовность выполнить распоряжение власти и транслировать на свою аудиторию нужную информацию в желаемой форме.

Большое значение имеет подчиненность и конформистские модели поведения бизнес-сообществ. В рыночной экономике бизнес имеет собственные независимые интересы, что проявляется и в политике, в том числе в форме финансовой поддержки различных политических сил. Однако в ситуации, когда существование бизнеса напрямую зависит от благосклонности органов власти, он не рискует поддерживать оппозиционные политические силы.

Кроме того, отсутствие харизматических лидеров, которые силой своей личности могли бы привлечь на свою сторону избирателей, также способствует применению административного ресурса.

Мобилизация административного ресурса ярко выражена в создании предвыборной «партии власти», основными чертами которой являются: бюрократическое происхождение, отсутствие политической идеологии и подмена ее квазиидеологией поддержки власти, неприятие открытой политической конкуренции и использование административных рычагов для победы над оппонентами.

Во втором параграфе *«Факторы выбора информационных способов воздействия в российской политике переходного периода»* делается попытка анализа социально-политической и экономической жизни страны в 1990-е годы.

Развитие информационных технологий в политике происходило на фоне глубочайшего государственного, общественного кризиса, в ситуации психологической депрессии и разочарований российского народа.

В трансформации российского общества 1990-х годов можно найти – с позиций эволюции социума – как «минусы», так и «плюсы». К положительным моментам отнесены появление института демократии, многопартийности, свободы слова, возрождение частной собственности и т.п. В качестве отрицательных черт переходного периода выделены экономический кризис, массовая безработица, ухудшение условий жизни, чеченские кампании, инфляция, рост преступности²³, процесс распада системы образования и здравоохранения.

В 90-е годы XX века в России сложилась особая форма государственного управления – президентская республика. Однако трудности экономического развития, нестабильность политической власти вели к кризисному состоянию общественного развития, которое усугублялось определенными факторами (фактическая криминализация государственной власти, разрушением системы символов и пр.).

Создание стрессовых ситуаций с помощью экономических рычагов вне зависимости от того, какая совокупность причин лежала в основе «шоковой терапии» в совокупности с атмосферой всеобщей картины, созданной с помощью СМИ, привели к тому, что массовое сознание населения России было расщеплено, ослаблено, и тем самым легко поддавалось информационному воздействию и

²³ Горшков М.К. Российское общество в условиях трансформации (социологический анализ). – М., 2000. – С. 342.

манипулированию. Запросы людей включали в себя взаимоисключающие понятия. В условиях обеднения усилились уравнительные архетипы, и люди хотели бы иметь солидарное общество, но так, чтобы самим лично прорваться в узкий слой победителей в конкурентной борьбе.

Вторая глава «НОВЫЕ МЕТОДЫ МАНИПУЛЯЦИИ ОБЩЕСТВЕННЫМ СОЗНАНИЕМ В ХОДЕ ПРЕДВЫБОРНЫХ КАМПАНИЙ» посвящена анализу информационных технологий на выборах в Государственную Думу РФ, Президента РФ в 90-е годы XX века. Она состоит из двух параграфов, в которых реализован проблемно-хронологический принцип.

В первом параграфе *«Информационные технологии на федеральных выборах в России в период острой фазы политического кризиса в первой половине 90-х годов XX века»* рассматриваются в русле темы исследования политические процессы и проявления в первой половине 70-х годов.

Одной из наиболее распространенных ментальных конструкций, откликнувшихся на политическую жизнь России 1990-х, было представление о противостоянии и соперничестве «коммунистов» и «демократов». Такие представления формировались не только под влиянием «естественных» политических и социальных процессов, но и в результате информационно-психологических мероприятий, целенаправленно эксплуатирующих эту общественную проблему.

На первых альтернативных выборах главы государства в федеральном масштабе административный ресурс использовался лишь частично. Единственное, что можно отметить – спринтерский характер выборов, когда представление кандидатов и их выборные кампании начались практически за месяц до даты выборов.

На наш взгляд, выборная кампания 1991 года была «любительской». Ставленники КПСС, обладавшие, казалось бы поддержкой власти и денег, вполне могли проиграть самовыдвинувшимся случайным активистам. Не потому, что активисты были более технологичны, а потому, что они ярче и смелее использовали интерес населения к преобразованиям. Главной формой агитации и пропаганды были митинги и пикеты. Самое главное – выборы '91 принципиально не требовали серьезных финансовых затрат. Интерес людей к политике был настолько велик, что

можно было сделать кампанию практически на одном энтузиазме единомышленников.

Выборы президента России в 1991 стали своего рода «нулевым этапом» на пути профессионализации информационных технологий в политике. Пришло понимание важности политической платформы, стали более разнообразными приемы агитации, перейдя от листовок и с площадей на страницы газет и экраны телевизоров.

Условия проведения выборов 1993 года были сложны во всех смыслах – укороченные сроки, дорабатываемая на ходу нормативная база, в том числе доработка главного закона – Конституции РФ, спешно сколачиваемые политические объединения. Надо отметить, что политические партии в период «августовской республики» (август 1991 года – октябрь 1993 года) в большинстве своем являлись незначительными, неустойчивыми объединениями. Благодаря целенаправленной линии ведущих СМИ, общественное мнение не воспринимало нюансы между теми или иными субъектами партийно-политического процесса, а оценивало их в рамках навязанной извне упрощенной схемы с ярко выраженным конфронтационным подтекстом: «демократы – коммунисты – патриоты».

Партии и движения опробовали разные способы построения своих избирательных кампаний. В первые альтернативные выборы политические партии и объединения сделали ставку на разработку серьезных программ, не задумываясь, как они будут преподноситься электорату. Поэтому многие, рассчитывая на успех, проиграли.

С точки зрения действия механизмов информационной технологии на выборах '93 большей частью использовалась пропаганда политических объединений и их идей. Манипулирование и лоббирование касалось лишь нормативной базы выборного процесса, когда она дорабатывалась уже в ходе предвыборных кампаний. Соответственно эти элементы использовались лишь теми, кто был у власти. Остальные составные информационной технологии практически не были задействованы.

Применение информационных технологий носило краткосрочный характер. Масштабными можно назвать лишь выступления В.В.Жириновского на

телевидении²⁴, так как каждое из них было адресовано различным группам. По характеру воздействия на массовое сознание можно сказать, что использовались технологии по формированию общественного мнения относительно того или иного политического блока. В корректировке тогда фактически пока не нуждалось ни одно объединение. В качестве каналов распространения были выбраны телевидение, радио, печатные СМИ и встречи с избирателями.

Выборы '93 стали неким «первым блином» для многих участников в использовании информационных технологий и административного ресурса. В диссертации рассматриваются отличия думских выборов 1995го года от предыдущих. Здесь подчеркивается масштаб, рекламная активность их участников. Несмотря на то, что выборы-93 показали неэффективность прямой телевизионной рекламы, на выборах-95 большинство партий активно ее использовали. Некоторые политологи считали, что это была одна из «скучных» кампаний, так как строилась на принципах простоты и доступности восприятия массами. Политтехнологи старались прибегать к предельно простым обращениям.

Думские выборы 1995 года были более свободными, так как: проходили в определенные Конституцией сроки на основе избирательного закона, принятого в результате консенсуса всех ведущих политических групп; к участию в выборах были допущены все партии; на федеральном уровне партии имели доступ к проведению агитации и не были в ней ограничены; результаты выборов были опубликованы, признаны всеми политическими силами и никем не оспаривались.

С точки зрения информационных технологий на выборах 1995 года к пропаганде, манипулированию и лоббированию прибавился элемент технологии «управление кризисами». Пропаганда опять же велась на уровне рекламы политических блоков и личных встреч с избирателями, манипулирование и лоббирование отразились в принятых законах и указах, касающихся избирательных кампаний и выборов, управление кризисами было задействовано «партией власти» Наш дом – Россия». Эта технология заключалась в корректировке сложившегося на тот момент имиджа непопулярной власти.

Выборная кампания 1995 года (как и 1993 года) отмечена использованием краткосрочных информационных технологий, которые на этот раз потребовали

²⁴ Лисовский, С.Ф., Евстафьев, В.А. Избирательные технологии: история, теория, практика / С.Ф.Лисовский, В.А.Евстафьев. – М., 2000. – С.205.

больших финансовых ресурсов. Масштабность технологий была принята во внимание большинством политических блоков, все старались донести сообщения до определенной группы, социального слоя. Каналы распространения сообщений остались теми же: телевидение, печатные СМИ, непосредственные встречи с электоратом, агитационные мероприятия.

Второй параграф *«Методы политической коммуникации в условиях усиления административного ресурса»* посвящен федеральным выборам, проходившим во второй половине 90-х годов.

Силовое вмешательство в процесс выборов и фальсификации постепенно стали становиться нормой, и рубежными здесь можно считать выборы Президента РФ 1996 года, когда в борьбе за сохранение власти правящей элитой был перейден некий психологический и этический рубеж соблюдения реальных условий политической конкуренции.

В этом параграфе рассматриваются основные черты избирательной кампании Б.Н.Ельцина. Отмечается, прежде всего, комплексный подход штаба данного кандидата к выбору средств воздействия на ход выборов.²⁵ Политтехнологи Ельцина вели информационную войну на всех фронтах. Готовили агитационные материалы, масштабные PR-шоу, контрпропаганду, держали под контролем Центризбирком, крупнейшие СМИ, разрабатывали различные варианты действий в соответствии с тем или иным изменением ситуации. В данной кампании после первого тура выборов стала эффективно использоваться технология «управление кризисами», когда по всему «красному поясу» были организованы ряд агитационных мероприятий.

Создание своеобразной «виртуальной реальности», с точки зрения организаторов избирательной кампании Б.Ельцина, являлось единственно возможным способом консолидации различных сегментов электората Президента.

Будучи лишенными доступа к электронным СМИ, коммунистическая оппозиция сосредоточила основные усилия на дорогостоящих, но малоэффективных «митинговых» поездках своего кандидата по стране. Но если Президент во время таких поездок «налево и направо» раздавал льготы, субсидии, дотации, кредиты и субвенции, а так же компьютеры, квартиры, легковые автомобили, зерноуборочные комбайны и, естественно, обещания, то Г.Зюганов, не имевший поддержки

²⁵ Авченко, В. Теория и практика политических манипуляций в современной России [Электронный ресурс] / В.Авченко. 2001. – Режим доступа: <http://www.psyfactor.org/polman.htm>, свободный. – Проверено 31.10.2006.

влиятельных банков, корпораций и глав иностранных государств, был скуп даже на обещания.²⁶

Помимо общих условий проведения избирательных кампаний изменились и информационные технологии. В президентскую кампанию 1996 года, прежде всего, изменились временные рамки. Подготовка к ней развернулась за 10-12 месяцев до возможной даты выборов, с полным ходом избирательный процесс продолжался более полугода.

Предвыборная кампания 1999 года разворачивалась в обстановке «холодной гражданской войны» и за власть и за собственность. Основная линия конфронтации проходила уже не между левыми и правыми, а внутри правых.

Политические баталии 1999 года, став, по сути, войной за ельцинское наследство, раскололи высший политический класс, усилили использование «административного ресурса». Это было внутрисистемное противоборство. На думских выборах эти две силы разделились между «Единством» и «Отечеством». И в том, и в другом объединении было немало чиновников. Оба они были деидеологизированными и, по сути, являлись настоящими «партиями власти». Тем не менее, использование ими друг против друга административного ресурса, а также оппонирование КПРФ не позволили превратить выборы в полный фарс и создавали впечатление конкуренции – если не идей, то хотя бы бюрократических кланов.

Впервые продуманно начала использоваться среда Интернет.

Целесообразно отметить следующие акценты кампании '99: декларированная поддержка со стороны В.Путина (психологический фактор); «Единство» сразу же создавалось как «партия власти»; колоритные и выигрышные фигуры лидеров; «созидательная» и «народная» символика.

Избирательная кампания 1999 года по целому ряду показателей побила все предыдущие рекорды. Так, никогда столь жестоким не было «просеивание» Центральным избирательным комитетом списочного состава партий и избирательных объединений. Не наблюдалась ранее и столь ожесточенная борьба между кремлевской администрацией и одним из основных участников выборов («Отечество – Вся Россия»), переходящая временами в настоящую политическую информационную войну. Общество стало свидетелем и невиданного ранее

²⁶ Десять лет социологических наблюдений. – М., 2003. – С. 394.

политического спринта: оказались опрокинутыми все предыдущие представления о тех сроках, за которые можно было «раскрутить» абсолютно новое политическое объединение («Единство»). Как никогда ранее, общество увидело и прочувствовало на себе политическую рельефность в разделе рынка СМИ, и, прежде всего, телеэфира, на сторонников и противников основных участников парламентской гонки. Наконец, еще никогда столь ожесточенной критике не подвергались социологические службы, исследующие ход предвыборной кампании.²⁷

Также одной из особенностей данной избирательной кампании было то, что она организовывалась в соответствии с новым законом, который соблюдался весьма выборочно. Политические партии, объединения и кандидаты изучались под микроскопом и снимались с дистанции за всякое «существенное несоответствие». При этом практически не обращалось внимания на запрещенные новым законом агитацию со стороны государственных СМИ и административное вмешательство в ход кампании.

Арсенал средств ведения предвыборных кампаний изменился. Митинги и уличная агитация перешли на уровень рекламы в электронных СМИ, социологических опросов и индивидуальной работы с населением. Информационные технологии приобрели ювелирную точность и удивительную меткость, играя на эмоциях и чувствах людей.

В **заключении** подчеркивается, что развитие информационных технологий в условиях трансформации российского общества конца XX столетия происходило в направлении от «простой» пропаганды в начале 90-х годов, являвшейся в немалой степени продолжением традиций и методов идеологической интерпелляции советского времени, к сложным системам идейно-политического воздействия – как целокупного, так и «точечного», избирательного – посредством новейших информационных технологий в ходе исторического развертывания характерных черт и особенностей «эпохи Ельцина». Степень этого воздействия была тем более значительной, что российское общество оказалось перед лицом утраты прежней, советской, идентичности, моральной делегитимизации идеологием и историко-культурных представлений.

²⁷ Демидов, В.А. Россия: политика и политики. 1985-2000 гг. / В.А.Демидов. – Новосибирск: СибУПК, 2000. – Ч.II. – С.197.

Учитывая праксеологическую интенцию сформированного в диссертационной работе исследовательского дискурса, автор посчитал для себя возможным вынести некоторые рекомендации, «заточенные» на совершенствование современных политических практик и их научного осмысления.

В частности, диссертант полагает необходимым усиление разработки методологических вопросов проблемы общественно-политического воздействия на электоральные массы посредством активного взаимодействия исследовательских программ и проблемно-концептуальных оснований исторического познания, политической науки, а также других направлений социогуманитарной мысли. Автор также убежден, что изучение и освещение вопроса о характере и последствиях использования «административного ресурса» в жизни демократического общества является одним из факторов, способствующих минимизации практики применения прямых «государственных верений» в избирательном процессе.

По теме диссертации автором опубликованы следующие работы:

1. Шарафутдинова, Т.Р. Особенности сетевой журналистики / Т.Р.Шарафутдинова // Материалы Пехтелевских чтений. – Казань, 2001. – С. 217-219.
2. Шарафутдинова, Т.Р. PR-методы в создании позитивного имиджа / Н.В.Ешмекова, Т.Р.Шарафутдинова // Тезисы докладов и выступлений научно-практической конференции. – СПб., 2002. – С.88-90.
3. Шарафутдинова, Т.Р. Государственная молодежная политика в РТ: информационные технологии / Т.Р.Шарафутдинова // Материалы Всероссийской молодежной научно-практической конференции «Инновации в науке, технике, образовании и социальной сфере». – Казань, 2003. – С. 202.
4. Шарафутдинова, Т.Р. Информационные войны «открытого» информационного общества / Т.Р.Шарафутдинова // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Связи с общественностью как интегрированное научное знание периода открытого информационного общества». – М., 2004. – С. 62-65.
5. Шарафутдинова, Т.Р. История одной информационной войны / Т.Р.Шарафутдинова // Материалы XLII Международной научной студенческой

конференции «Студент и научно-технический прогресс». – Новосибирск, 2004. – С. 194-197.

6. Шарафутдинова, Т.Р. Информационные войны в политике / Т.Р.Шарафутдинова // Материалы II Всероссийской научно-практической конференции «PR-технологии в информационном обществе». – СПб., 2004 – С. 195-197.

7. Шарафутдинова, Т.Р. Информационные технологии в политике: теория элементов / Т.Р.Шарафутдинова // Россия в XX веке. Межвузовский сборник статей. Серия «актуальные проблемы отечественной истории». – Арзамас: ООО «Ассоциация ученых» г. Арзамаса, 2004. – С.140-153.

8. Шарафутдинова, Т.Р. Природа информационных войн в политике / Т.Р.Шарафутдинова // Россия в XX веке. Межвузовский сборник статей. Серия «актуальные проблемы отечественной истории». – Арзамас: ООО «Ассоциация ученых» г. Арзамаса, 2004. – С.170-182.

9. Шарафутдинова, Т.Р. Информационное оружие в политике / Т.Р.Шарафутдинова // Материалы II Всероссийской научно-практической конференции «PR-технологии в информационном обществе». – СПб., 2006 – С. 154-156.

10. Шарафутдинова, Т.Р. Информационные технологии в предвыборных кампаниях: подходы к классификации / Т.Р.Шарафутдинова // Социально-экономические и технические системы: исследование, проектирование, организация [Электронный ресурс]: Электронный научный журнал Камской государственной инженерно-экономической академии / Набережные Челны, ИНЭКА (КамПИ), 2006. – N 10. – N 0420700029. – Режим доступа: <http://kampi.ru/sets/index2.php?arhiv/26nomer.php>, свободный. – Проверено 31.10.2006.

11. Шарафутдинова, Т.Р. Методологические основы исследования общественно-политического воздействия на электорат / Т.Р.Шарафутдинова // Вестник Казанского государственного технического университета им.А.Н.Туполева. – Казань, 2006. – N 4. – С.76-77.